

古河産業

営業組織

市場分野別に再編

拡販戦略、全体最適重視

古河電工グループの中核商社である古河産業（本社・東京都港区、社長・安永哲郎氏）は2018年度から、市場分野別に営業部門を組織再編した。これまでは支社店や海外法人など各営業拠点に大きな裁量があったが、新体制では全体最適を重視。エレクトロニクスや自動車など顧客軸の8事業部を設け、市場ごとにきめ細かい拡販戦略を設定。本社・各拠点で戦略に沿った営業活動を行う。併せて各拠点では新規商材・顧客の開拓で裁量を持ち営業基盤の拡大を図る。

同社では16年度からの5カ年中計で売上高を2千億円に倍増させる目標を掲げており、その達成に向けた取り組み。これまでは電線・ケーブルやアルミ圧延品、伸銅品など扱う商材ごとに部門を分けていた。市場・顧客軸

で捉えることで需要分野ごとの収益状況がより見やすくなるため、拡販戦略の立案・修正がしやすくなる。また需要分野ごとに営業情報共有化し、より効果的な拡販が可能になる。

部品メーカーなどに営業するエレクトロニクス事業部、重電メーカーなどを顧客とする電機事業部、航空宇宙や半導体製造装置分野に拡販する輸送・装置事業部、鉄道インフラや直需・新エネルギー分野を担当する総合イン

フラ事業部、ハーネス部、電線メーカー向けやコネクタ関連の商圏に樹脂材料などを販売する合成樹脂事業部、

住宅建材などに材料を供給する産業機材事業部、新市場を開拓する新規創出事業部で構成。併せて企画部門も強化。これまでの営業戦略などの策定と合わせて人事やシステム関連の計画策定も担当。より中長期的視点に立った人材の採用・育成やIT戦略などを立案できる体制とした。

古河産業 新ビジネス創出へ

組織・人員体制を強化

古河産業では新規ビジネスの創出に注力している。新規の顧客・市場や新たな商材・サービスなど、これまでになかったビジネスを開拓する部門を強化。今年度から新規事業創出部を新規創出事業部に格上げ。人材はこれ

までの約4倍となる17人に増員した。同社では現中期計画の中で既存顧客のシェアを拡大と併せて、新規の商材や顧客の開拓を重視。ビジネスの基盤を広げることによって規模の拡大を目指している。今回の組織強化

策はその一環としての取り組み。新規創出事業部は医療関連の分野を対象とするメディカルビジネス部と、その他の分野で新ビジネスの創出を目指すビジネスイノベーション部を傘下に収めている。